

**Regulamin kontroli nakładu i dystrybucji prasy  
zarejestrowanej w Związku Kontroli Dystrybucji Prasy  
(tekst jednolity obowiązujący od 1 lipca 2009 r.)**

*Decyzję o terminie wejścia w życie postanowień dotyczących geograficznej struktury rozpowszechniania w podziale na powiaty, w tym załącznika A-2<sup>1</sup>, oraz zastąpieniu wzoru formularza deklaracji odpowiednio A-1 na A-1<sup>1</sup>, podejmie Zarząd.*

Na podstawie par. 18 ust. 2 Statutu Związku Kontroli Dystrybucji Prasy uchwała się co następuje:

**Postanowienia wstępne**

Par. 1

1. Kontroli w ZKDP podlega wyłącznie tytuł prasowy, który został zarejestrowany w ZKDP przez wydawcę-członka ZKDP.
2. Użyte w niniejszym regulaminie terminy oznaczają:
  - a) „kontrolowany tytuł prasowy” to publikacja periodyczna, zarejestrowana w sądowym rejestrze dzienników i czasopism oraz w ZKDP, ukazująca się nie rzadziej niż raz w roku, opatrzona na pierwszej stronie stałym tytułem, numerem bieżącym i datą. Ze względu na dzień edycji lub obszar dystrybucji wydawca może wprowadzić dodatkowy znak słowno-graficzny, jako uzupełnienie tytułu prasowego. Kontrolowane tytuły prasowe, ze względu na obszar dystrybucji (z pominięciem prenumeraty i e-wydań), dzielą się na:
    - pisma lokalne, które rozpowszechniane są w wybranych przez wydawcę powiatach położonych na obszarze nie więcej aniżeli 3 województw,
    - pisma regionalne, które rozpowszechniane są przez wydawcę we wszystkich powiatach położonych co najmniej w 1 województwie, ale nie na terenie całego obszaru Rzeczypospolitej Polskiej,
    - pisma ogólnopolskie, które rozpowszechniane są we wszystkich województwach na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej;
  - b) „pismo płatne” jest to kontrolowany tytuł prasowy zawierający informacje o cenie;
  - c) „pismo bezpłatne” jest to kontrolowany tytuł prasowy nie zawierający informacji o cenie i rozpowszechniany bezpłatnie. Odbiorca może ponosić co najwyżej koszty dostawy;
  - d) „pismo branżowe” jest to płatny albo bezpłatny kontrolowany tytuł prasowy skierowany do osób związanych z daną branżą lub zawodem i poświęcony problematyce określonej gałęzi gospodarki lub grupy zawodowej. O zakwalifikowaniu tytułu prasowego do grupy pism branżowych decyduje, na wniosek wydawcy, Zarząd. Od decyzji Zarządu przysługuje prawo odwołania do Sądu Koleżeńskiego;
  - e) „wydanie” to wszystkie egzemplarze kontrolowanego tytułu prasowego, opatrzone tą samą datą wydawniczą i numerem. Wydania o łączonej numeracji (podwójne, potrójne itd.) są traktowane jako jedno wydanie. W jednym wydaniu mogą występować mutacje wydawnicze lub mutacje cenowe;
  - f) „mutacja wydawnicza” jest to część nakładu wydania kontrolowanego tytułu prasowego różniąca się aktualnością lub obszarem dystrybucji. Różnice nie mogą pozbawiać danego numeru jego istotnych cech;
  - g) „mutacja cenowa” jest to część nakładu wydania kontrolowanego tytułu prasowego różniąca się ceną egzemplarzową;
  - h) „e-wydanie” jest to elektronicznie rozpowszechniana wersja, przynajmniej jednej mutacji, kontrolowanego tytułu prasowego, zawierająca ten sam w formie i treści materiał redakcyjny i reklamy co wersja drukowana. Wymóg całkowitej zgodności e-wydania z wersją drukowaną nie dotyczy insertów i gadżetów. Jeżeli w wersji drukowanej znajdują się materiały redakcyjne, do publikacji których w innych polach eksploatacji wydawca nie ma praw, materiały te mogą być usunięte z e-wydania, co nie stanowi w tym przypadku naruszenia wymogu tożsamości formy i treści e-wydania z wersją drukowaną. Materiał redakcyjny w wersji elektronicznej może być dodatkowo rozszerzony, a reklamy mogą być zaadaptowane w sposób pozwalający na wykorzystanie możliwości

medium elektronicznego. E-wydanie należy rozpowszechniać w takim samym okresie co wersję drukowaną;

- i) „nakład” jest to liczba egzemplarzy wydania kontrolowanego tytułu prasowego opatrzonego tą samą datą wydawniczą oraz tym samym numerem. Do nakładu zalicza się egzemplarze nakładu wydrukowanego oraz sprzedane przez wydawcę e-wydania;
- j) „średni nakład jednorazowy” jest to liczba egzemplarzy kontrolowanego tytułu prasowego podzielona przez liczbę wydań w danym okresie;
- k) za „cykl wydawniczy” przyjmuje się:
  - dla dzienników – okres jednego m-ca, również w przypadku poszczególnych wydań,
  - dla tygodników i dwutygodników – cztery kolejne wydania,
  - dla miesięczników i dwumiesięczników – trzy kolejne wydania,
  - dla kwartalników, półroczników, wydawnictw kolekcjonerskich nie opatrzonych datą wydawniczą i wydawnictw o nieregularnej częstotliwości ukazywania się – co najmniej dwa kolejne wydania;
- l) „wydanie specjalne lub nadzwyczajne” to takie wydanie kontrolowanego tytułu prasowego, które nie jest mutacją a na pierwszej stronie zawiera wszystkie oznaczenia wymagane dla kontrolowanego tytułu prasowego i przez swoją zawartość merytoryczną lub numer kolejny lub datę wydania (bądź porę wydania w danym dniu) różni się od kontrolowanego tytułu prasowego. Wydania spełniające ww. wymagania i nie posiadające odrębnego rejestru sądowego, mogą być na wniosek wydawcy, objęte kontrolą, lecz nie podlegają one wpisowi do rejestru ZKDP. Dla potrzeb kontroli nakładu i dystrybucji prasy każdy numer wydania specjalnego lub nadzwyczajnego jest traktowany jak odrębny tytuł prasowy i wymaga sporządzenia odrębnej deklaracji;
- m) „wydanie niedzielne” jest to wydanie kontrolowanego tytułu prasowego ukazujące się w niedzielę, które dla potrzeb kontroli i dystrybucji prasy wydawca może zgłosić jako odrębny tytuł prasowy;
- n) „pierwszy dzień sprzedaży” jest to najwcześniejsza z dat wprowadzenia wydania pisma płatnego do sprzedaży egzemplarzowej przez któregośkolwiek dystrybutora, a jedynie w przypadku dystrybucji wyłącznie we własnym zakresie (bez pośrednictwa dystrybutorów), będzie to dzień, w którym dokonano pierwszej transakcji sprzedaży;
- o) „dane ZKDP” są to dane o nakładach i rozpowszechnianiu kontrolowanych tytułów prasowych zebrane przez ZKDP na podstawie deklaracji wydawców – członków ZKDP, według wzorów wymienionych w par. 4 niniejszego regulaminu, opublikowane przez ZKDP w formie elektronicznej lub zeszytowej;
- p) „dane własne” są to dane wydawcy o nakładach i/lub rozpowszechnianiu własnych kontrolowanych tytułów prasowych, którymi posługuje się po pierwszym dniu sprzedaży (dla pism bezpłatnych po pierwszym dniu dystrybucji) a przed publikacją danych ZKDP;
- q) „dane opracowane” są to dane powstałe w wyniku operacji matematycznych i/lub statystycznych na danych ZKDP albo danych własnych;
- r) „posługiwanie się” danymi ZKDP, danymi własnymi lub danymi opracowanymi to każdy sposób przekazania/użycia tych danych;
- s) „Autoprezentacja” oznacza posługiwanie się danymi ZKDP, danymi własnymi i/lub danymi opracowanymi dotyczącymi wyłącznie tytułów własnych lub wydawanych przez innych członków Grupy w rozumieniu statutu ZKDP, z możliwością wykorzystania danych dotyczących wydawanych przez nich niekontrolowanych tytułów prasowych;
- t) „Prezentacja” oznacza posługiwanie się danymi ZKDP, danymi własnymi i/lub danymi opracowanymi jednego i/lub kilku wydawców (za ich zgodą), bez możliwości wykorzystania danych dotyczących niekontrolowanych tytułów prasowych;
- u) „Porównanie” oznacza posługiwanie się wyłącznie danymi ZKDP jednego i/lub kilku wydawców lub danymi opracowanymi na ich podstawie, które nie jest Prezentacją ani Autoprezentacją;
- w) „pakiet kontrolowanych tytułów prasowych” jest to oferta łącznego zakupu co najmniej dwóch aktualnych wydań tych tytułów po cenie ustalonej dla tej oferty.

## Zasady ogólne

### Par. 2

Nadzór nad rzetelnością informacji o wysokości nakładu i rozpowszechnianiu kontrolowanych tytułów prasowych z uwzględnieniem struktury geograficznej i sposobów dystrybucji wykonują:

a) wydawcy indywidualnie, poprzez:

1. składanie deklaracji o nakładach i rozpowszechnianiu kontrolowanych tytułów prasowych z uwzględnieniem sposobów dystrybucji i struktury geograficznej w podziale na województwa, a dla płatnych dzienników oraz płatnych tygodników lokalnych (z wyłączeniem pism branżowych) w podziale na powiaty,
2. poddanie się kontroli, którą przeprowadza wskazany przez Zarząd audytor;

b) Zarząd, poprzez:

1. nadzór nad poprawnością procesu przekazywania przez kolporterów danych o powiatowej strukturze geograficznej rozpowszechniania wydawcom płatnych dzienników oraz płatnych tygodników lokalnych (z wyłączeniem pism branżowych),
2. zbieranie i archiwizowanie deklaracji wydawców,
3. przeprowadzanie kontroli nakładu i rozpowszechniania kontrolowanych tytułów prasowych z uwzględnieniem struktury geograficznej i sposobów dystrybucji oraz udostępnianie tych danych,
4. rozpatrywanie skarg (protestów) złożonych przez zainteresowanych członków ZKDP dotyczących informacji zawartych w deklaracjach o wysokości nakładów i rozpowszechnianiu, jak również wszelkich innych materiałach, w których powołane są dane pochodzące z ZKDP.

### Par. 3

1. Wydawca zgłasza do rejestracji przez ZKDP dziennik albo czasopismo, które wydaje i zamierza poddać kontroli. Do wniosku o wpisanie do rejestru ZKDP dołącza się potwierdzenie rejestracji sądowej i egzemplarz okazowy.

2. O wpisie tytułu prasowego decyduje Zarząd w terminie 30 dni od złożenia wniosku. W przypadku odmowy wpisu, Zarząd jest zobowiązany uzasadnić decyzję na piśmie.

3. Od daty wpisu do rejestru ZKDP (po opłaceniu wpisowego) wydawcy służą prawa i obowiązki, w szczególności prawo używania w kontrolowanym tytule numeru rejestru i znaku ZKDP.

4. Wydawca, aby zamieszczać w deklaracjach dane o dystrybucji bezpłatnych e-wydań musi przed pierwszym udostępnieniem bezpłatnych e-wydań, które zamierza wykazać w deklaracji, zgłosić ten fakt Zarządowi ZKDP i uzyskać jednorazowo potwierdzenie spełnienia wymagań określonych w par. 12 ust. 4. niniejszego Regulaminu. Zarząd ZKDP w terminie 14 dni kalendarzowych przed określonym w niniejszym Regulaminie terminem złożenia pierwszej deklaracji zawierającej dane o bezpłatnych e-wydaniach wyda decyzję w sprawie spełniania przez wydawcę wymagań dotyczących bezpłatnych e-wydań.

### Par. 4

Wydawcy wykonują swoje obowiązki w następujący sposób:

- a) wydawcy przekazują Zarządowi deklaracje według wzorów stanowiących załączniki A-1 albo A-1<sup>1</sup>, A-2, A-2<sup>1</sup>, A-3 (dla pism płatnych), B-1, B-2, B-3 (dla pism bezpłatnych), C-1, C-2, C-3 (dla pism branżowych płatnych) oraz D-1, D-2, D-3 (dla pism branżowych bezpłatnych);
- b) deklaracje dzienników składane są do końca miesiąca następującego po miesiącu deklarowanym (dopuszczalna zwłoka wynosi dwa dni robocze). Sporządza się je według wzorów stanowiących załączniki:

1. dla pism płatnych - wg załącznika A-1 albo A-1<sup>1</sup>,
  2. dla pism bezpłatnych - wg załącznika B-1,
  3. dla pism branżowych płatnych – wg załącznika C-1,
  4. dla pism branżowych bezpłatnych – wg załącznika D-1;
- c) deklaracje tygodników składane są do 15. dnia drugiego miesiąca następującego po miesiącu deklarowanym, a deklaracje dwutygodników i pism ukazujących się dwa lub trzy razy w miesiącu składane są do końca drugiego miesiąca następującego po miesiącu deklarowanym. Sporządza się je według wzorów stanowiących załączniki:
1. dla pism płatnych – wg załącznika A-2, a w przypadku tygodników lokalnych – wg załącznika A-2<sup>1</sup>,
  2. dla pism bezpłatnych – wg załącznika B-2,
  3. dla pism branżowych płatnych – wg załącznika C-2,
  4. dla pism branżowych bezpłatnych – wg załącznika D-2;
- d) deklaracje miesięczników i pism ukazujących się nie rzadziej niż dziesięć razy w roku składane są do końca drugiego miesiąca następującego po miesiącu deklarowanym. Deklaracje pism ukazujących się rzadziej niż dziesięć razy w roku, wydawnictw kolekcjonerskich nie opatrzonych datą wydawniczą i wydawnictw o nieregularnej częstotliwości ukazywania się składane są do końca drugiego miesiąca następującego po okresie deklarowanym. Sporządza się je w formie załączników:
1. dla pism płatnych – wg załącznika A-3,
  2. dla pism bezpłatnych – wg załącznika B-3,
  3. dla pism branżowych płatnych – wg załącznika C-3,
  4. dla pism branżowych bezpłatnych – wg załącznika D-3;
- e) w przypadku kontrolowanych tytułów prasowych, których wydania lokalne ukazują się z różną częstotliwością, wydawcy przekazują odrębne deklaracje dla każdego typu częstotliwości ukazywania się pisma. Przy publikacji deklaracje opatrzone zostają komentarzem, że dotyczą jednego kontrolowanego tytułu prasowego;
- f) w przypadku pism płatnych (z wyłączeniem pism branżowych), których co najmniej 30% średniego nakładu jednorazowego rozpowszechniane jest bezpłatnie, wydawca zobowiązany jest przekazać deklaracje uzupełniające, według wzorów stanowiących załączniki B-1, B-2, B-3 - odpowiednio do deklaracji, o których mowa powyżej w lit. b)1., c)1. i d)1. niniejszego paragrafu, wyłącznie w zakresie kolumn oznaczonych numerami 1, 2 i od 11 do 18 wraz z tabelą geograficznej struktury rozpowszechniania.
- Jednocześnie wydawcom pism płatnych (w tym branżowych) i pism bezpłatnych przysługuje prawo do porównywania danych o rozpowszechnianiu bezpłatnym; dane z poszczególnych pól deklaracji uzupełniających, o których mowa powyżej, mogą być porównywane z danymi z odpowiadających im pól deklaracji pism bezpłatnych, a w przypadku pism branżowych – dane z deklaracji: wzór C-1, C-2, C-3 z danymi z odpowiadających pól deklaracji branżowych pism bezpłatnych.
- g) gdy po złożeniu deklaracji wydawca otrzyma nowe dane, zmieniające wielkości podane w deklaracji, zobowiązany jest przedstawić je niezwłocznie Zarządowi wraz z wyjaśnieniem („Autokorekta”). Autokorektę należy przedstawić także audytorowi podczas kontroli. Prawo do złożenia korekty wygasa w terminie 3 miesięcy od daty złożenia deklaracji podlegającej korekcie, chyba że Zarząd na pisemny wniosek wydawcy termin ten przedłuży. Termin na złożenie Autokorekty w obu powyższych przypadkach nie może upłynąć później niż w dniu rozpoczęcia kontroli zwyczajnej; Autokorekcie podlegają także deklaracje poddane kontroli wstępnej, o której mowa w lit. i) niniejszego paragrafu;
- h) wydawca zobowiązany jest poddać się jeden raz w roku kontroli zwyczajnej, sprawdzającej rzetelność deklaracji i pokryć jej koszty zgodnie z cennikiem zatwierdzonym przez Zarząd. Kontrolę przeprowadza audytor wskazany przez Zarząd;
- i) nowy wydawca-członek ZKDP, dodatkowo zobowiązany jest poddać się kontroli wstępnej, sprawdzającej rzetelność deklaracji i pokryć jej koszty zgodnie z cennikiem zatwierdzonym przez Zarząd. Kontrolę przeprowadza wskazany przez Zarząd audytor, na podstawie umowy pomiędzy wydawcą a audytorem, zawartej nie później niż w wymaganym przez niniejszy regulamin terminie złożenia pierwszej deklaracji. Kontrola obejmuje:

1. w przypadku tytułów, o których mowa w par. 6 lit. a), b), c) niniejszego regulaminu, trzy pierwsze opublikowane przez ZKDP deklaracje;
2. w przypadku tytułów, o których mowa w par. 6 lit. d) i e) niniejszego regulaminu, pierwszą opublikowaną przez ZKDP deklarację.

Kontrola powinna się zakończyć nie później niż miesiąc po złożeniu ostatniej z deklaracji objętych kontrolą. Skorygowane w wyniku kontroli wstępnej dane podlegają publikacji niezwłocznie po przyjęciu protokołu kontroli przez Zarząd ZKDP i złożeniu przez wydawcę Autokorekty. Termin na złożenie takiej Autokorekty nie może upłynąć później niż w dniu złożenia kolejnej deklaracji, o której mowa w pkt. 1 i 2 powyżej.

#### Par. 5

Do obowiązków Zarządu należy:

- a) opracowanie instrukcji sposobu wypełniania deklaracji wydawcy o wysokości nakładu i dystrybucji prasy;
- b) prowadzenie stałej rejestracji informacji zawartych w deklaracjach wydawców i publikowanie ich (w formie zeszytowej lub elektronicznej) w terminie jednego miesiąca w biuletynie "Deklaracje wydawców o nakładzie i dystrybucji prasy". Biuletyn ten rozsyłany jest przez Zarząd do wszystkich członków ZKDP;
- c) stała archiwizacja danych (plików) uwzględniających geograficzną strukturę rozpowszechniania z podziałem na powiaty, przesyłanych przez kolporterów i ich udostępnianie wydawcom płatnych dzienników oraz płatnych tygodników lokalnych (z wyłączeniem pism branżowych);
- d) opracowanie i publikowanie w biuletynach (w formie zeszytowej lub elektronicznej) pt. "Nakłady i dystrybucja prasy w... roku" zbiorczych zestawień informacji zawartych w protokołach pokontrolnych. Zestawienia te otrzymują wszyscy członkowie ZKDP;
- e) po zakończeniu kontroli zwyczajnych Zarząd publikuje oficjalny komunikat ZKDP, w którym zamieszczone będą informacje o średnim rocznym nakładzie i odpowiedniej formie rozpowszechniania poszczególnych kontrolowanych tytułów prasowych, stanowiącej podstawę wyliczeń geograficznej struktury rozpowszechniania.

#### Par. 6

Kontrolowane tytuły prasowe dzielą się w zależności od częstotliwości ich ukazywania na pięć kategorii:

- a) dzienniki;
- b) tygodniki, dwutygodniki i pisma ukazujące się dwa lub trzy razy w miesiącu;
- c) miesięczniki i pisma ukazujące się nie rzadziej niż dziesięć razy w roku;
- d) publikacje periodyczne ukazujące się rzadziej niż dziesięć razy w roku;
- e) wydawnictwa kolekcjonerskie nie opatrzone datą wydawniczą i wydawnictwa o nieregularnej częstotliwości ukazywania się.

W poszczególnych kategoriach wyodrębnia się pisma płatne, bezpłatne lub branżowe.

#### Par. 7

Podstawę wyliczeń geograficznej struktury rozpowszechniania w podziale na województwa albo województwa i powiaty (dla płatnych dzienników oraz płatnych tygodników lokalnych z wyłączeniem pism branżowych) stanowi, w przypadku:

- a) pisma płatnego – rozpowszechnianie płatne razem, stanowiące sumę sprzedaży ogółem i innych płatnych form rozpowszechniania;
- b) pisma bezpłatnego, w tym pisma branżowego – rozpowszechnianie bezpłatne ogółem;
- c) pisma branżowego płatnego – rozpowszechnianie ogółem, stanowiące sumę rozpowszechniania płatnego razem i rozpowszechniania bezpłatnego razem.

## Par. 8

1. Rozpowszechnieniem wydania jest rozpowszechnienie w okresie zgodnym z zarejestrowaną dla kontrolowanego tytułu prasowego częstotliwością ukazywania się, z zachowaniem zasady, że wydanie następne wycofuje poprzednie. W przypadku e-wydania rozpowszechnienie może nastąpić wcześniej niż wydania drukowanego, z zastrzeżeniem że okres rozpowszechniania obu wersji będzie identyczny.

2. W uzasadnionych przypadkach, w szczególności dużej liczby dni świątecznych w okresie rozpowszechniania, wyjątkowej aktualności materiałów redakcyjnych oraz dla wydań magazynowych dzienników, dopuszczalne jest wykazywanie w deklaracjach wyników jednoczesnego rozpowszechniania nie więcej niż dwóch wydań kontrolowanego tytułu prasowego. Dłuższy okres rozpowszechniania musi dotyczyć całego wydania, a nie poszczególnych mutacji cenowych lub mutacji wydawniczych i nie może przekraczać:

- a) dla dzienników – jednego dnia (z wyłączeniem niedziel i świąt), a
- b) dla pozostałych kategorii kontrolowanych tytułów prasowych, o których mowa w par. 6 lit. b)-d) – jednego okresu przewidzianego dla danej częstotliwości,
- c) dla wydawnictw kolekcjonerskich i o nieregularnej częstotliwości ukazywania się - pierwszego dnia sprzedaży (dla pism płatnych) lub rozpoczęcia dystrybucji (dla pism bezpłatnych) kolejnego (trzeciego) wydania, tak aby jednoczesnemu rozpowszechnianiu podlegały wyłącznie ostatnie wydanie i wydanie bezpośrednio je poprzedzające.

3. Wyjątki, o których mowa w ustępie poprzedzającym, nie mają zastosowania w przypadku e-wydań. Do e-wydań stosuje się wyłącznie zasady określone w ust. 1.

## Formy rozpowszechniania

### Par. 9

1. Do rozpowszechniania pism płatnych zalicza się:

- a) sprzedaż ogółem, na którą składa się:
  1. sprzedaż egzemplarzowa,
  2. sprzedaż egzemplarzowa e-wydań,
  3. prenumerata wydawnicza indywidualna,
  4. prenumerata wydawnicza wielu egzemplarzy,
  5. prenumerata kolporterska,
  6. prenumerata e-wydań;

z dodatkowym zastrzeżeniem, że do żadnej z wyżej wymienionych form (pkt. od 1 do 6) nie zalicza się egzemplarzy:

- choćby częściowo, rozliczonych w formie barteru,

- sprzedanych przez wydawcę lub za jego wiedzą przez inny podmiot, w tym kolportera, a następnie rozpowszechnionych w ramach ceny sprzedawanych towarów lub usług bądź rozpowszechnionych nieodpłatnie (np. dodane przy zakupie, rozdane w środkach komunikacji, hotelach, udostępnione do czytania w punktach usługowych, lokalach gastronomicznych, przychodniach i innych miejscach powszechnie dostępnych, itp.);

- b) inne płatne formy rozpowszechniania;
- c) rozpowszechnianie bezpłatne, a w przypadku pism branżowych płatnych - rozpowszechnianie bezpłatne razem, stanowiące sumę egzemplarzy rozdanych lub rozesłanych bezpłatnie.

2. Do sprzedaży egzemplarzowej wydań drukowanych zalicza się:

- a) egzemplarze sprzedane przez wydawcę lub za pośrednictwem kolporterów osobom prawnym, fizycznym i jednostkom organizacyjnym nie mającym osobowości prawnej, w okresie przewidzianym do sprzedaży egzemplarzowej wydania będącego przedmiotem sprzedaży, po cenie ustalonej przez wydawcę, umieszczonej na egzemplarzu, zwanej dalej „ceną egzemplarzową”;

- b) w przypadku egzemplarzy sprzedanych w pakiecie dwóch albo większej liczby aktualnych wydań kontrolowanych tytułów prasowych – sprzedaż tylko tego kontrolowanego tytułu prasowego wchodzącego w skład pakietu, pod którego nazwą pakiet wprowadzany jest do kolportażu, z zastrzeżeniem że sprzedaż dokonywana jest przez wydawcę lub kolportera osobom fizycznym, osobom prawnym i jednostkom organizacyjnym nie mającym osobowości prawnej w okresie przewidzianym dla sprzedaży egzemplarzowej tego tytułu i w cenie będącej sumą ceny egzemplarzowej najdroższego z nich oraz co najmniej 30% ceny egzemplarzowej pozostałych pism pakietu; sprzedaż pozostałych pism pakietu zalicza się do innych płatnych form rozpowszechnienia, nawet wówczas, gdy rozpowszechnianie części albo wszystkich pozostałych pism tworzących pakiet następuje po ich pełnej cenie egzemplarzowej;
- c) w przypadku sprzedaży pakietu tego samego wydania drukowanego i e-wydania kontrolowanego tytułu prasowego - wyłącznie sprzedaż wydania drukowanego, jeżeli nastąpiła po cenie nie niższej niż cena egzemplarzowa tej formy wydania, zaś e-wydanie nie stanowi wówczas którejkolwiek formy rozpowszechniania kontrolowanego tytułu prasowego w rozumieniu niniejszego regulaminu i jako takie, nie może być wykazywane w deklaracjach ZKDP.

3. Z zastrzeżeniem zasad rozpowszechniania e-wydań, o których mowa w par. 8 ust. 1, do sprzedaży egzemplarzowej e-wydań zalicza się egzemplarze sprzedane przez wydawcę lub za pośrednictwem przedsiębiorców specjalizujących się w sprzedaży e-wydań osobom prawnym, fizycznym i jednostkom organizacyjnym nie mającym osobowości prawnej, w okresie nie dłuższym niż do godziny 6.00 czasu obowiązującego w Polsce w dniu zakończenia sprzedaży wydań drukowanych, po cenie nie niższej niż 30 % ceny egzemplarzowej wyrażonej w PLN, odpowiedniego wydania drukowanego.

4. Do prenumeraty wydań drukowanych zalicza się prenumeratę wydawniczą indywidualną, prenumeratę wydawniczą wielu egzemplarzy oraz prenumeratę kolporterską:

a) do poszczególnych form prenumeraty zalicza się egzemplarze sprzedane osobom fizycznym, osobom prawnym i jednostkom organizacyjnym nie mającym osobowości prawnej z zachowaniem łącznie poniższych zasad:

- 1) na podstawie zamówienia, obejmującego dostawę, co najmniej, 1 cyklu wydawniczego,
- 2) po cenie znanej zamawiającemu w momencie składania zamówienia i niezmiennej w okresie opłaconej prenumeraty, z zastrzeżeniem że średnia cena jednego egzemplarza w tej prenumeracie nie będzie niższa niż 40% średniej ceny egzemplarzowej z ostatnich sześciu miesięcy bezpośrednio poprzedzających termin rozpoczęcia realizacji prenumeraty zamówionej mutacji cenowej, a jeśli jest to niemożliwe z uwagi na krótki okres wydawania – na podstawie średniej ceny egzemplarzowej dotychczasowych wydań,
- 3) w zależności od formy prenumeraty, wydawca powinien wykazać, że:

- przy prenumeracie wydawniczej indywidualnej – liczba egzemplarzy objętych zamówieniem, przeznaczonych dla zamawiającego i dostarczanych pod ten sam adres pocztowy nie przekracza 9 (dziewięciu),
- przy prenumeracie wydawniczej wielu egzemplarzy – prenumerowane egzemplarze przeznaczone są dla stałych i dających się zidentyfikować ostatecznych odbiorców:

(i) powiązanych służbowo lub organizacyjnie z zamawiającym w następujący sposób:

- są osobami fizycznymi pozostającymi z zamawiającym w stosunku pracy lub innym podobnym w skutkach do stosunku pracy (np. umowa zlecenia, umowa o dzieło, kontrakt menadżerski, itp. - w tym w ramach prowadzonej przez zleceniobiorcę działalności gospodarczej), lub
- są członkami, akcjonariuszami lub udziałowcami zamawiającego na podstawie ogólnie obowiązujących przepisów prawa, lub
- są członkami organów zamawiającego lub osobami zajmującymi inne stanowiska funkcyjne na podstawie aktu założycielskiego zamawiającego,

- (ii) będących dobrowolnymi uczestnikami programu lojalnościowego, rozumianego jako działanie marketingowe zamawiającego, kierowane do osób fizycznych, służące do budowania oraz podtrzymywania relacji z uczestnikami tego programu, pod warunkiem, że zasady uczestnictwa w programie umożliwiają wybór świadczenia w postaci prenumeraty spośród innych towarów lub usług, oferowanych przez inne podmioty, w zamian za nabyte uprawnienia o określonej wartości;
- przy prenumeracie kolporterskiej – posiada dokumenty księgowe potwierdzające sprzedaż egzemplarzy Poczcie Polskiej lub innym kolporterom z przeznaczeniem na realizację przyjętych przez tych przedsiębiorców zamówień, w tym na prenumeratę, którą wydawca skierował do realizacji Poczcie Polskiej lub innemu kolporterowi w formie złożenia i opłacenia zamówienia na prenumeratę oraz przekazania bazy adresowej (tzw. prenumerata przekazana) a ponadto nastąpiło odpowiednie zmniejszenie stanu prenumeraty wydawniczej;
- b) w przypadku prenumeraty pakietów dwóch albo więcej egzemplarzy aktualnych wydań drukowanych kontrolowanych tytułów prasowych zalicza się je do odpowiedniej formy prenumeraty pod warunkiem, że spełnione zostaną warunki określone w lit. a)1), a)3) i a)4) a nadto cena pakietu nie będzie niższa niż 40% sumy średnich cen egzemplarzowych z ostatnich sześciu miesięcy bezpośrednio poprzedzających termin rozpoczęcia realizacji prenumeraty zamówionej mutacji cenowej; w przypadku niespełnienia tego wymogu, wszystkie egzemplarze wchodzące w skład pakietu zalicza się do innych płatnych form rozpowszechniania lub do rozpowszechniania bezpłatnego, jeśli cena pakietu jest niższa niż 30% średniej cen egzemplarzowych z ostatnich sześciu miesięcy bezpośrednio poprzedzających termin rozpoczęcia realizacji prenumeraty zamówionej mutacji cenowej;
- c) w przypadku prenumeraty pakietu tego samego wydania drukowanego i e-wydania kontrolowanego tytułu prasowego - do odpowiedniej formy prenumeraty zalicza się wyłącznie sprzedaż wydania drukowanego, jeżeli nastąpiła po cenie nie niższej niż określona w ust. 4 lit. a)2), zaś e-wydanie nie stanowi wówczas którejkolwiek formy rozpowszechniania kontrolowanego tytułu prasowego w rozumieniu niniejszego regulaminu i jako takie, nie może być wykazywane w deklaracjach ZKDP.
5. Do prenumeraty e-wydań zalicza się:
- a) egzemplarze sprzedane osobom fizycznym, osobom prawnym i jednostkom organizacyjnym nie mającym osobowości prawnej, z zachowaniem łącznie poniższych zasad:
- 1) na podstawie zamówienia, obejmującego dostawę, co najmniej, 1 cyklu wydawniczego,
  - 2) po cenie znanej zamawiającemu w momencie składania zamówienia i nieziennej w okresie opłaconej prenumeraty, z zastrzeżeniem że średnia cena jednego egzemplarza w tej prenumeracie nie będzie niższa niż 30% średniej ceny egzemplarzowej odpowiedniego wydania drukowanego, wyrażonej w PLN, z ostatnich sześciu miesięcy bezpośrednio poprzedzających termin rozpoczęcia realizacji prenumeraty, a jeśli jest to niemożliwe z uwagi na krótszy okres wydawania – na podstawie średniej ceny egzemplarzowej dotychczasowych wydań,
  - 3) wydawca posiada dokumenty księgowe potwierdzające sprzedaż egzemplarzy e-wydań, w tym przedsiębiorcom specjalizującym się w sprzedaży e-wydań, z przeznaczeniem na realizację przyjętych przez tych przedsiębiorców zamówień, także tych zamówień, które wydawca skierował do realizacji takiemu przedsiębiorcy w formie złożenia i opłacenia zamówienia na prenumeratę oraz przekazania bazy adresowej (tzw. prenumerata przekazana),
  - 4) jeśli liczba egzemplarzy objętych zamówieniem przekracza 9 (dziewięć) wydawca powinien, również w przypadku sprzedaży za pośrednictwem przedsiębiorców specjalizujących się w sprzedaży e-wydań wykazać, że prenumerowane egzemplarze przeznaczone są dla stałych i dających się zidentyfikować ostatecznych odbiorców:
    - (i) powiązanych służbowo lub organizacyjnie z zamawiającym w następujący sposób:
      - są osobami fizycznymi pozostającymi z zamawiającym w stosunku pracy lub innym podobnym w skutkach do stosunku pracy (np. umowa zlecenia, umowa o dzieło, kontrakt menadżerski, itp. - w tym w ramach prowadzonej przez zleceniobiorcę działalności gospodarczej), lub

- są członkami, akcjonariuszami lub udziałowcami zamawiającego na podstawie ogólnie obowiązujących przepisów prawa, lub
- są członkami organów zamawiającego lub osobami zajmującymi inne stanowiska funkcyjne na podstawie aktu założycielskiego zamawiającego;

(ii) będących dobrowolnymi uczestnikami programu lojalnościowego, rozumianego jako działanie marketingowe zamawiającego, kierowane do osób fizycznych, służące do budowania oraz podtrzymywania relacji z uczestnikami tego programu, pod warunkiem, że zasady uczestnictwa w programie umożliwiają wybór świadczenia w postaci prenumeraty e-wydań spośród innych towarów lub usług, oferowanych przez inne podmioty, w zamian za nabyte uprawnienia o określonej wartości;

b) w przypadku prenumeraty pakietu dwóch albo więcej egzemplarzy aktualnych e-wydań kontrolowanych tytułów prasowych, sprzedaż jednego wskazanego przez wydawcę albo wydawców e-wydania, z zastrzeżeniem że zachowane zostały kryteria prenumeraty, określone powyżej.

6. W przypadku obniżenia ceny egzemplarzowej w okresie objętym prenumeratą w takim stopniu, że wartość egzemplarzy dostarczonych zamawiającemu w tym okresie, jest niższa niż cena prenumeraty, wydawca może ją przedłużyć do wyczerpania powstałej nadwyżki, a dostarczone egzemplarze zaliczyć do odpowiedniej formy prenumeraty.

7. Do innych płatnych form rozpowszechniania zalicza się egzemplarze, za które wydawca otrzymał nie mniej niż 30% ceny egzemplarzowej danego wydania:

- a) nie spełniające warunków określonych w ust. 2 lub 4;
- b) sprzedane innemu odbiorcy w celu dodania do innego kontrolowanego tytułu prasowego – w liczbie nie większej niż zadeklarowane rozpowszechnianie tego tytułu;
- c) sprzedane innemu odbiorcy w celu dodania do niekontrolowanego tytułu prasowego – w liczbie nie większej niż udokumentowane, w sposób przewidziany w par. 18 ust. 3 lit. g), rozpowszechnianie tego tytułu;
- d) dostarczone z odroczonym terminem potwierdzenia zamówienia (zapłaty);
- e) sprzedane przez wydawcę lub za jego wiedzą przez inny podmiot, w tym kolportera, a następnie rozpowszechnione w ramach ceny sprzedawanych towarów lub usług bądź rozpowszechnione nieodpłatnie (np. dodane przy zakupie, rozdane w środkach komunikacji, hotelach, udostępnione do czytania w punktach usługowych, lokalach gastronomicznych, przychodniach i innych miejscach powszechnie dostępnych, itp.);
- f) sprzedane przez wydawcę na podstawie umów barterowych w zamian za towary lub usługi.

8. Przez rozpowszechnianie bezpłatne pism płatnych rozumie się egzemplarze promocyjne, rozpowszechnione bezpłatnie oraz egzemplarze nie spełniające wymogów rozpowszechniania płatnego. Do rozpowszechniania bezpłatnego wlicza się egzemplarze rozdane lub rozesłane bezpłatnie, pod warunkiem przedstawienia sposobu dystrybucji. W odniesieniu do pism branżowych oraz w przypadku, o którym mowa w par. 4 lit. f), spełnione muszą być warunki określone w par. 10 i 18. Do rozpowszechniania bezpłatnego nie wlicza się rozdanych bezpłatnie lub rozesłanych egzemplarzy pochodzących ze zwrotów.

9. W przypadku wątpliwości co do kwalifikacji formy rozpowszechniania - rozstrzyga Zarząd. Od decyzji Zarządu przysługuje odwołanie do Sądu Koleżeńskiego.

#### Par. 10

1. Do rozpowszechniania pism bezpłatnych, w tym pism branżowych zalicza się:

- a) dystrybucję adresową imienną do odbiorców indywidualnych;
- b) dystrybucję adresową do odbiorców hurtowych;
- c) dystrybucję adresową bezimienną do odbiorców indywidualnych;
- d) dystrybucję przez gazeciarzy, hostessy;
- e) dystrybucję z oznakowanych nośników/miejsc ekspozycyjnych;
- f) dystrybucję w formie dołączania do innego kontrolowanego tytułu prasowego;

g) inną dystrybucję.

2. Do dystrybucji adresowej imiennej do odbiorców indywidualnych zalicza się egzemplarze rozpowszechnione w formie przesyłek adresowych z podaniem nazwiska lub nazwy (firmy) odbiorcy, według zasady jeden egzemplarz dla jednego adresata.

3. Do dystrybucji adresowej do odbiorców hurtowych zalicza się egzemplarze rozpowszechnione w formie przesyłek adresowych w celu dalszej dystrybucji.

4. Do dystrybucji adresowej bezimiennej do odbiorców indywidualnych zalicza się egzemplarze rozpowszechnione w formie przesyłek/dostaw na wybranym obszarze, bez podania nazwiska odbiorcy, według zasady jeden egzemplarz pod jeden adres.

5. Do dystrybucji przez gazeciarzy, hostessy zalicza się egzemplarze rozdane osobom fizycznym.

6. Do dystrybucji z oznakowanych nośników/miejsc ekspozycyjnych zalicza się egzemplarze rozpowszechnione ze stojaków i innych nośników ekspozycyjnych, oznaczonych logo kontrolowanego tytułu prasowego.

7. Do dystrybucji w formie dołączania do innego kontrolowanego tytułu prasowego zalicza się rozpowszechnione egzemplarze aktualnego wydania w liczbie nie większej niż zadeklarowane rozpowszechnianie tytułu do którego zostały dołączone.

8. Do innej dystrybucji zalicza się egzemplarze rozpowszechnione w innych formach niż opisane w ust. 1 lit. a)-f), udokumentowane przez wydawcę, w tym egzemplarze dołączane do niekontrolowanego tytułu prasowego w liczbie nie większej niż rozpowszechnianie tytułu do którego zostały dołączone, udokumentowane w sposób, o którym mowa w par. 18 ust. 3 lit. g).

9. W przypadku, gdy wydawca niekontrolowanego tytułu prasowego odmówi (w formie pisemnego oświadczenia) udostępnienia dokumentacji potwierdzającej wyniki sprzedaży, o której mowa w par. 18 ust. 3 lit. g), egzemplarze dołączone do tego niekontrolowanego tytułu prasowego zalicza się do egzemplarzy skierowanych do dystrybucji o nieustalonej wielkości rozpowszechniania.

10. W przypadku wątpliwości co do kwalifikacji formy dystrybucji - rozstrzyga Zarząd. Od decyzji Zarządu przysługuje odwołanie do Sądu Koleżeńskiego.

#### Par. 11

1. Zwroty to egzemplarze pism płatnych, w tym pism branżowych, zwrócone fizycznie wydawcy przez kolportera lub rozliczone na podstawie protokołu zwrotów wystawionego przez kolportera. Zwrotami są także egzemplarze pozostałe po zakończeniu sprzedaży danego wydania u danego kolportera i skierowane do dalszego rozpowszechniania, z wyłączeniem sprzedaży u kolporterów w okresie zgodnym z częstotliwością kontrolowanego tytułu prasowego.

2. Egzemplarze nierozpowszechnione są to egzemplarze pism bezpłatnych, w tym pism branżowych, pozostałe po zakończeniu dystrybucji.

#### Par. 12

1. Egzemplarze, które nie zostały skierowane do dystrybucji lub nie spełniają wymogów opisanych w par. 18 ust. 3, zalicza się do egzemplarzy nieskierowanych do rozpowszechniania.

2. Do dystrybucji bezpłatnych e-wydań zalicza się takie e-wydania pism płatnych, bezpłatnych lub branżowych, które zostały rozpowszechnione bezpłatnie lub nie spełniają wymogów określonych w par. 9 w części dotyczącej e-wydań.

3. W przypadku, gdy odbiorcy udostępniono zarówno płatne, jak i bezpłatne aktualne e-wydania tego samego kontrolowanego tytułu prasowego, do odpowiedniej formy rozpowszechniania zalicza się wyłącznie:

- a) egzemplarze sprzedanych e-wydań, po cenie nie niższej niż określona w niniejszym regulaminie, zaś egzemplarze bezpłatnych e-wydań nie będą wykazane w deklaracji;
- b) egzemplarze bezpłatnych e-wydań, jeśli sprzedaż płatnych egzemplarzy e-wydań nastąpiła po cenie niższej niż określona w par. 9 ust. 3 i ust. 5.

4. Do dystrybucji bezpłatnych e-wydań zalicza się e-wydania spełniające łącznie poniższe warunki:

- a) wszystkie egzemplarze bezpłatnych e-wydań zostały zamówione przez odbiorcę;
- b) znany jest adres e-mail odbiorcy, z którego zostało wysłane zamówienie;
- c) określony jest minimalny okres zamówienia, zgodnie z par. 1 ust. 2 lit. k) niniejszego regulaminu oraz maksymalny okres zamówienia, który nie może przekraczać 1 roku;
- d) skutecznie przesłano do odbiorcy, pocztą elektroniczną, informację o dostępności bezpłatnego e-wydania, przynajmniej na początku każdego cyklu wydawniczego;
- e) aktualne bezpłatne e-wydanie jest dostępne do przeglądania lub zapisania dla odbiorcy.

## **Zasady kontroli**

### Par. 13

1. Kontroli zwyczajnej nakładu i rozpowszechniania podlegają co roku wszystkie kontrolowane tytuły prasowe. Kontrola obejmuje poprzedni rok kalendarzowy.

2. Kontroli zwyczajnej nie podlegają kontrolowane tytuły prasowe, jeżeli kontrola wstępna, o której mowa w par. 4 lit. i), objęła wszystkie deklaracje złożone przez wydawcę za rok kalendarzowy, którego dotyczyłaby kontrola zwyczajna.

### Par. 14

1. Zarząd zawiera z audytorem umowę na przeprowadzenie kontroli (zwyczajnej, nadzwyczajnej lub wstępnej) i kieruje go do wydawcy, który zobowiązany jest zawrzeć z nim odrębne porozumienie, będące załącznikiem do wyżej wymienionej umowy. Termin kontroli ustala Zarząd, który może upoważnić audytora (audytorów) do samodzielnego ustalenia z wydawcą terminu kontroli. Kontrole zwyczajne powinny zakończyć się do 30 czerwca.

2. Zarząd zobowiązany jest do prowadzenia listy audytorów tworzonej na zasadach konkursowych ustalonych w regulaminie uchwalonym przez Zjazd.

3. Zarząd zatwierdza *Wskazówki dla audytorów* oraz cennik opłat za kontrole na dany rok kalendarzowy.

4. Wydawca przygotowuje zbiorcze rozliczenie roczne będące podstawą do przeprowadzenia kontroli zwyczajnej. Po sprawdzeniu przez audytora stanowi ono załącznik do protokołu kontroli.

### Par. 15

1. Gdy Zarząd otrzyma wiarygodne informacje podważające rzetelność kontroli zwyczajnej lub deklaracji wydawcy, zarządza kontrolę nadzwyczajną w zakresie, który uzna za niezbędny. Kontrola nadzwyczajna może być także przeprowadzona na wniosek wydawcy lub innego członka ZKDP. Kontrolę nadzwyczajną wykonują audytorzy z listy audytorów, przy czym nie może być ona wykonana przez tego samego audytora, który przeprowadzał kontrolę zwyczajną. Wydawca nie może sprzeciwić się dokonaniu kontroli.

2. Kontrola nadzwyczajna może być także przeprowadzona na wniosek członka ZKDP w przypadku naruszenia postanowień odnośnie publikacji danych własnych lub własnych „danych szczegółowych”, o których mowa w par. 23.

### Par. 16

1. Wydawca jest zobowiązany do prowadzenia ewidencji (w tym archiwizacji e-wydań i egzemplarzy okazowych wydań drukowanych) w sposób umożliwiający weryfikację rzetelności deklaracji. Audytor przeprowadzający kontrolę sprawdza prawidłowość wyliczeń w zbiorczym rozliczeniu wydawcy przez kontrolę nakładu, rozpowszechniania i struktury geograficznej, obejmującą co najmniej dwa miesiące kontrolowanego okresu.

2. Audytor przeprowadza kontrolę dwóch innych, dowolnie wybranych miesięcy, jeżeli kontrola wykaże rozbieżności przewyższające:

- a) 1% danych wykazanych w którejkolwiek z rubryk deklaracji dotyczących: nakładu (w tym pism bezpłatnych), rozpowszechniania (z wyłączeniem rozpowszechniania bezpłatnego) bądź zwrotów, lub

- b) 5 % danych wykazanych w pozostałych rubrykach deklaracji pism bezpłatnych i dotyczących egzemplarzy pism płatnych rozpowszechnionych bezpłatnie, lub
- c) 5 % danych wykazanych w którejkolwiek z rubryk deklaracji dotyczących geograficznej struktury rozpowszechniania, o której mowa w par. 7, z zastrzeżeniem że w przypadku rubryk deklaracji geograficznej struktury rozpowszechniania w podziale na powiaty wtedy, gdy 5-procentowa rozbieżność przekracza liczbę 100 egzemplarzy w którejkolwiek z tych rubryk.

Jeśli i w tym przypadku w którymkolwiek z kontrolowanych miesięcy stwierdzone zostaną ww. rozbieżności, audytor przeprowadza kontrolę pozostałych miesięcy kontrolowanego okresu, chyba że Zarząd – na pisemny wniosek wydawcy oraz po zasięgnięciu opinii audytora – postanowi inaczej.

#### Par. 17

- 1. Kontrolę wysokości nakładu wydrukowanego przeprowadza się na podstawie dokumentacji drukarni. Jeżeli nakład wydrukowany podany w deklaracji jest różny od wynikającego z dokumentacji drukarni, audytor wyjaśni tę różnicę na podstawie dokumentów stwierdzających rzeczywistą wielkość tego nakładu skierowanego do rozpowszechniania.
- 2. Kontrolę wysokości sprzedaży e-wydań przeprowadza się na podstawie dokumentacji finansowej wydawcy.

#### Par. 18

- 1. Kontrola rozpowszechniania pism bezpłatnych, w tym pism branżowych, obejmuje wysokość nakładu, geograficzną strukturę rozpowszechniania oraz formy i koszty dystrybucji.
- 2. Wydawca pisma bezpłatnego zobowiązany jest do udostępnienia audytorowi następujących dokumentów:
  - a) zleceń/zamówień/umowy na druk;
  - b) pokwitowanych przez odbiorcę dokumentów wydania nakładu z drukarni (specyfikacje, Wz itp.) zawierających informacje o liczbie wydanych egzemplarzy oraz tytuł i numer wydania;
  - c) faktur za papier, druk lub wydrukowane egzemplarze, zawierających informacje o liczbie wydrukowanych egzemplarzy, cenie jednostkowej oraz tytuł i numer wydania;
  - d) umowy z pośrednikiem (zamówienia) wraz z kserokopiami dokumentów pośrednika, o których mowa w lit.a) - c) powyżej, z wyłączeniem informacji o cenie;
  - e) dowodów zapłaty należności na podstawie otrzymanych faktur, o których mowa w lit. c) lub d) lub wezwań do zapłaty.

Dokumentacja wymieniona w lit. c) - e) nie dotyczy druku we własnej drukarni wydawcy.

- 3. Wydawca pisma bezpłatnego zobowiązany jest ponadto udostępnić audytorowi następujące dokumenty potwierdzające:
  - a) dystrybucję adresową imienną do odbiorców indywidualnych: adresowa imienna lista wysyłkowa z zachowaniem zasady 1 egzemplarz na 1 adres; umowy/zamówienia na wysyłkę/doręczenie (firma kurierska, roznosiciel, itp., z wyłączeniem Poczty Polskiej); potwierdzenie wysyłki lub dostawy do adresatów (firma kurierska, roznosiciel itp.); koszty dystrybucji (rozliczenie opłat pocztowych/kurierskich lub wynagrodzenia dla roznosicieli lub koszty transportu lub dokumenty wewnętrzne wykazujące fakt poniesienia kosztu rozesłania/rozwiezienia egzemplarzy przez pracowników lub współpracowników np. umowy zlecenia); dowody zapłaty z tytułu ww. umów, faktur lub wezwania do ich zapłaty;
  - b) dystrybucję adresową do odbiorców hurtowych: adresowa lista wysyłkowa; umowy/zamówienia na wysyłkę/doręczenie (firma kurierska, roznosiciel, itp., z wyłączeniem Poczty Polskiej); potwierdzenie wysyłki lub dostawy do adresatów (firma kurierska, roznosiciel itp.); koszty dystrybucji (rozliczenie opłat pocztowych/kurierskich lub wynagrodzenia dla roznosicieli lub koszty transportu lub dokumenty wewnętrzne wykazujące fakt poniesienia kosztu rozesłania/rozwiezienia egzemplarzy przez pracowników lub współpracowników np. umowy zlecenia); umowa/zamówienia na dalsze

rozpowszechnianie lub oświadczenie/potwierdzenie przyjęcia zamówienia do realizacji lub oświadczenie o rozdaniu egzemplarzy; dowody zapłaty z tytułu ww. umów, faktur lub wezwania do ich zapłaty;

- c) dystrybucję adresową bezimienną do odbiorców indywidualnych: umowy/zamówienia na wysyłkę (Poczta Polska, firma kurierska, roznosiciel, itp); określenie obszaru dystrybucji; pokwitowanie odbioru przez dokonującego wysyłki/doręczenia; koszty dystrybucji (rozliczenie opłat pocztowych/kurierskich lub wynagrodzenia dla roznosicieli lub koszty transportu lub dokumenty wewnętrzne wykazujące fakt poniesienia kosztu rozesłania/rozwiezienia egzemplarzy przez pracowników lub współpracowników np. umowy zlecenia); dowody zapłaty z tytułu ww. umów, faktur lub wezwania do ich zapłaty;
- d) dystrybucję przez gazeciarzy, hostessy: wykaz punktów dystrybucyjnych; umowy/zamówienia na dystrybucję w ww. punktach; potwierdzenie odbioru egzemplarzy skierowanych do dystrybucji do ww. punktów (data, podpis, numer wydania i liczba egzemplarzy); koszty dystrybucji (wynagrodzenia dla gazeciarzy, hostess lub koszty transportu lub faktury za wykonanie usługi lub dokumenty wewnętrzne wykazujące fakt poniesienia kosztu rozesłania/rozwiezienia egzemplarzy do miejsc, w których są dystrybuowane); dowody zapłaty z tytułu ww. umów, faktur lub wezwania do ich zapłaty;
- e) dystrybucję z oznakowanych nośników/miejsc ekspozycyjnych: wykaz punktów, w których znajdują się oznakowane nośniki/miejsca ekspozycyjne; umowy/zamówienia na dostarczanie egzemplarzy do ww. punktów; potwierdzenie odbioru egzemplarzy skierowanych do dystrybucji do ww. punktów (data, podpis, numer wydania i liczba egzemplarzy); koszty dystrybucji (koszty transportu lub faktury za wykonanie usługi lub dokumenty wewnętrzne wykazujące fakt poniesienia kosztu rozesłania/rozwiezienia egzemplarzy do miejsc, w których są dystrybuowane); dowody zapłaty z tytułu ww. umów, faktur lub wezwania do ich zapłaty;
- f) dystrybucję w formie dołączania do innego kontrolowanego tytułu prasowego: umowy z wydawcami innych kontrolowanych tytułów prasowych (nie dotyczy dystrybucji w formie dołączania do własnego, innego kontrolowanego tytułu prasowego); potwierdzenie odbioru egzemplarzy dołączanych do innego kontrolowanego tytułu (data, podpis, numer wydania i liczba egzemplarzy); faktury lub dowody zapłaty za wykonanie usługi lub wezwania do zapłaty (nie dotyczy dystrybucji w formie dołączania do własnego, innego kontrolowanego tytułu prasowego); deklaracje kontrolowanego tytułu prasowego, do którego zostały dołączone egzemplarze lub szczegółowe dokumenty źródłowe;
- g) inną dystrybucję
  - w przypadku, gdy kontrolowany tytuł dołączono do niekontrolowanego: umowy z wydawcami innych tytułów niekontrolowanych (nie dotyczy dystrybucji w formie dołączania do własnego, innego tytułu niekontrolowanego); faktury sprzedaży (nie dotyczy dystrybucji w formie dołączania do własnego, innego tytułu niekontrolowanego); potwierdzenie odbioru egzemplarzy dołączanych do innego niekontrolowanego tytułu (data, podpis, numer wydania i liczba egzemplarzy); faktury sprzedaży niekontrolowanego tytułu wraz z protokołami zwrotów od dystrybutorów lub potwierdzone przez audytora wyniki sprzedaży niekontrolowanego tytułu; dowody zapłaty z tytułu ww. umów, faktur lub wezwania do zapłaty;
  - w przypadku dystrybucji z nieoznakowanych nośników/miejsc ekspozycyjnych: wykaz punktów, w których znajdują się nieoznakowane miejsca ekspozycyjne; umowy/zamówienia na dostarczanie egzemplarzy do ww. punktów; potwierdzenie odbioru egzemplarzy skierowanych do dystrybucji do ww. punktów (data, podpis, numer wydania i liczba egzemplarzy); koszty dystrybucji (koszty transportu lub faktury za wykonanie usługi lub dokumenty wewnętrzne wykazujące fakt poniesienia kosztu rozesłania/rozwiezienia egzemplarzy do miejsc, w których są dystrybuowane); dowody zapłaty z tytułu ww. umów, faktur lub wezwania do zapłaty;
- h) dystrybucję o nieustalonej wielkości rozpowszechniania - w przypadku gdy kontrolowany tytuł prasowy dołączono do niekontrolowanego tytułu prasowego: pisemne oświadczenie wydawcy niekontrolowanego tytułu z odmową udostępnienia dokumentacji potwierdzającej wyniki sprzedaży; umowa z wydawcą tytułu niekontrolowanego wraz z kopią sądowej rejestracji tego tytułu; faktury sprzedaży; potwierdzenie odbioru liczby egzemplarzy skierowanych do dystrybucji w formie

dołączania do tytułu niekontrolowanego; dowody zapłaty z tytułu ww. umowy, faktur lub wezwania do ich zapłaty.

4. W przypadku rozpowszechniania w formie dystrybucji adresowej imiennej do odbiorców indywidualnych i dystrybucji adresowej do odbiorców hurtowych audytor przeprowadza weryfikację ostatecznych odbiorców prasy. Powyższa weryfikacja powinna przebiegać zgodnie z procedurą opisaną we *Wskazówkach dla audytorów* na dany rok kalendarzowy.

#### Par. 19

1. Przy ponownym zgłoszeniu tytułu prasowego do rejestru ZKDP Zarząd zleca objęcie kontrolą okresu 12 miesięcy poprzedzających datę wniosku o ponowne wpisanie do rejestru. Wydawca zobowiązany jest do przygotowania dokumentacji umożliwiającej przeprowadzenie kontroli. Zarząd odstąpi od zlecenia kontroli, gdy wydawca wykaże, że przygotowanie dokumentacji nie jest możliwe.

2. W przypadku, o którym mowa w ostatnim zdaniu ustępu poprzedzającego, a także w przypadku ustania członkostwa w ZKDP (§ 13 statutu), Zarząd jest zobowiązany usunąć wszelkie dane ZKDP, które nie zostały i nie zostaną poddane kontroli.

#### Par. 20

1. Po zakończeniu kontroli audytor sporządza protokół kontroli, który musi zawierać:

- a) termin przeprowadzenia kontroli wraz z dokładną nazwą i adresem audytora;
- b) oznaczenie kontrolowanego tytułu prasowego, częstotliwość jego ukazywania się, nazwę wydawcy i jego adres, podstawę prawną przeprowadzenia kontroli (par. 4 lit. i), par. 13 ust. 1 w zw. z par. 4 lit. h), par. 16 ust. 2, par. 15 lub par. 19 ust. 1) oraz opinię audytora o zgodności danych z deklaracji z wynikami kontroli;
- c) informację o sprawdzeniu wysokości nakładu i rozpowszechniania z uwzględnieniem struktury geograficznej w podziale na województwa, a dla płatnych dzienników oraz płatnych tygodników lokalnych (z wyłączeniem pism branżowych) w podziale także na powiaty, w co najmniej dwóch miesiącach kontrolowanego okresu oraz informację o zgodności nakładu opublikowanego w kontrolowanym tytule prasowym z wynikami kontroli;
- d) podpis audytora i wydawcy;
- e) jako załącznik - rozliczenie nakładu i rozpowszechniania z uwzględnieniem struktury geograficznej w podziale na województwa, a dla płatnych dzienników oraz płatnych tygodników lokalnych (z wyłączeniem pism branżowych) w podziale także na powiaty, w kontrolowanym okresie. Audytor winien wskazać niezgodności stanu faktycznego z deklaracjami wydawcy. Audytor i wydawca podpisują rozliczenie.

2. Jeżeli, z przyczyn leżących po stronie wydawcy, kontrola nie została wszczęta albo nie została zakończona w terminie, o którym mowa w par. 14 ust. 1 lub w terminie zakreślonym przez Zarząd w przypadku przeprowadzania którejkolwiek kontroli, w tym kontroli zwyczajnej, jeśli Zarząd przedłuży termin jej zakończenia, protokół kontroli sporządzony przez audytora musi zawierać:

- a) jeżeli kontrola nie została wszczęta:
  1. dokładną nazwę i adres audytora i wydawcy;
  2. planowaną datę rozpoczęcia i zakończenia kontroli;
  3. oznaczenie kontrolowanego tytułu prasowego;
  4. omówienie przyczyn, które uniemożliwiły przeprowadzenie kontroli;
  5. podpis audytora;
- b) jeżeli kontrola, pomimo jej wszczęcia, nie została zakończona:
  1. dane i informacje, o których mowa w ust. 1, znane audytorowi lub zebrane przez niego w trakcie niezakończonych kontroli;
  2. omówienie przyczyn, które uniemożliwiły zakończenie kontroli, w tym sposób utrudniania przez wydawcę przeprowadzenia kontroli, jeżeli takie zdarzenie(-a) wystąpiło(-y);

### 3. podpis audytora.

3. Przeprowadzając kontrole, o których mowa w rozdziale „Zasady kontroli”, audytor jest zobowiązany stosować niniejszy regulamin w brzmieniu obowiązującym w okresie(-ach) objętym(-ych) daną kontrolą.

#### Par. 21

1. W przypadku, o którym mowa w par. 20 ust. 1, audytor dostarcza Zarządowi protokół kontroli podpisany przez wydawcę. Wydawca może w terminie 21 dni od daty doręczenia protokołu, zgłosić do niego zastrzeżenia lub wyjaśnienia. Wyniki kontroli zatwierdza Zarząd i kieruje je do publikacji.

2. W przypadku, o którym mowa w par. 20 ust. 2, audytor dostarcza Zarządowi protokół kontroli bez podpisu wydawcy. Wydawca może, w terminie 14 dni od daty doręczenia mu przez Zarząd protokołu, zgłosić do niego zastrzeżenia lub wyjaśnienia. Po otrzymaniu zastrzeżeń lub wyjaśnień wydawcy albo bezskutecznym upływie powyższego terminu na ich zgłoszenie, Zarząd podejmuje dalsze działania przewidziane w Statucie Związku Kontroli Dystrybucji Prasy lub niniejszym regulaminie.

### Posługiwanie się danymi i znak ZKDP

#### Par. 22

Wydawca będący członkiem ZKDP ma prawo umieszczać w kontrolowanym tytule prasowym oraz materiałach reklamowych dotyczących tego tytułu prasowego znak (logo) ZKDP. Znak ten może być reprodukowany bez naruszeń w piśmie i materiałach reklamowych po otrzymaniu przez wydawcę pisemnego potwierdzenia o zarejestrowaniu tytułu prasowego w rejestrze ZKDP. Nieuprawnione użycie znaku stanowi naruszenie statutu ZKDP.

#### Par. 23

1. Członkowie ZKDP posługując się danymi ZKDP, danymi własnymi lub danymi opracowanymi – niezależnie od obowiązku przestrzegania reguł poprawnego wnioskowania oraz reguł ustawowych dotyczących zasad zapobiegania i zwalczania nieuczciwej konkurencji – mają obowiązek stosować się do zasad określonych w niniejszym regulaminie, z zastrzeżeniem obowiązujących przepisów prawa.

2. Członkowie ZKDP ponoszą odpowiedzialność za działania naruszające postanowienia niniejszego regulaminu dokonane przez inne podmioty działające na ich zlecenie jak za działania własne.

3. Postanowień niniejszego paragrafu nie stosuje się do:

- a) dziennikarskich materiałów prasowych. W stosunku do takich materiałów, poszczególnym członkom oraz ZKDP przysługują środki prawne przewidziane w powszechnie obowiązujących przepisach prawa prasowego, w tym w szczególności prawo do wniosku o opublikowanie sprostowania lub odpowiedzi;
- b) danych wykorzystywanych w materiałach wewnętrznych wydawnictwa lub Grupy w rozumieniu statutu ZKDP.

4. Członkowie ZKDP mogą posługiwać się danymi ZKDP, danymi własnymi lub danymi opracowanymi wyłącznie w formie Autoprezentacji, Prezentacji lub Porównania, zgodnie z zasadami określonymi w niniejszym regulaminie.

4.1 Nie jest dopuszczalne wykorzystywanie jednocześnie różnych form posługiwania się danymi (tj. Autoprezentacji, Prezentacji, Porównania w jednostce przekazu rozumianej jako np. strona w wersji drukowanej lub elektronicznej, odsłona internetowa, slajd multimedialny, spot radiowy, telewizyjny lub multimedialny).

4.2 Przy posługiwaniu się danymi ZKDP, danymi własnymi lub danymi opracowanymi należy przestrzegać łącznie poniższych zasad:

- a) stosować przyjętą w niniejszym regulaminie terminologię (pojęcia),
- b) przy jednoczesnym wykorzystaniu w jednym przekazu różnych form (Autoprezentacji, Prezentacji, Porównania) oznaczyć nazwą formy każdą jednostkę tego przekazu,
- c) wskazać pełną nazwę tytułu/tytułów,

- d) wskazać okres, którego te dane dotyczą,
- e) wymienić obszar dystrybucji tytułu/tytułów dla tych danych, w przypadku wykorzystania danych z tabeli geograficznej struktury rozpowszechniania,
- f) wskazać źródło informacji, w tym nazwę rubryki deklaracji (np. *ZKDP, rozpowszechnianie płatne razem, lipiec 2008* lub *opracowano na podstawie danych ZKDP, sprzedaż ogółem, lipiec 2008* lub *dane własne, rozpowszechnianie bezpłatne ogółem, lipiec 2008*),
- g) w przypadku dzienników, przy posługiwaniu się średnią jednorazową lub sumą egzemplarzy, należy w opisie wskazać liczbę wydań w tygodniu dla każdego z tytułów,
- h) niedopuszczalne jest używanie znaku ZKDP, ani w jakikolwiek inny sposób powoływanie się na ZKDP przy posługiwaniu się wyłącznie danymi własnymi i/lub danymi opracowanymi na ich podstawie i/lub danymi niekontrolowanymi tytułów,
- i) posługując się danymi własnymi nie można sugerować, iż dany kontrolowany tytuł prasowy osiągnął lepsze lub gorsze wyniki w porównaniu do kontrolowanego tytułu prasowego innego wydawcy - członka ZKDP, w szczególności poprzez wskazanie na dane własne tego wydawcy lub dane ZKDP,
- j) danymi własnymi dotyczącymi danego kontrolowanego tytułu prasowego można posługiwać się wyłącznie do czasu opublikowania przez ZKDP danych ZKDP dotyczących tego tytułu prasowego.

4.3 Dodatkowe zasady dotyczące Autoprezentacji, Prezentacji bądź Porównania zostały określone odpowiednio w ust. 6, 7 i 8.

4.4 Przy posługiwaniu się danymi ZKDP, danymi własnymi lub danymi opracowanymi nie można wykorzystywać w jakikolwiek sposób innych danych dotyczących nakładu lub rozpowszechniania, które nie podlegają weryfikacji przez ZKDP, za wyjątkiem Autoprezentacji, w której dopuszczalne jest wykorzystanie danych pism nie będących kontrolowanymi tytułami prasowymi.

5. Przy opracowywaniu danych należy przestrzegać łącznie poniższych zasad:

- a) dane muszą pochodzić z tych samych, odpowiadających sobie, pól deklaracji, z zastrzeżeniem ust. 5.1,
- b) dane muszą dotyczyć tego samego typu pisma (płatne, albo bezpłatne, albo branżowe), z wyłączeniem sytuacji, o której mowa w ostatnim zdaniu par. 4 lit. f),
- c) dane muszą dotyczyć tego samego okresu rozpowszechniania, za wyjątkiem pism wprowadzonych/wycofanych w trakcie tego okresu, pod warunkiem opisanego tego niepełnego okresu,
- d) dane muszą dotyczyć tej samej częstotliwości ukazywania się,
- e) dane muszą być opisane w sposób umożliwiający ich weryfikację,
- f) dopuszczalne jest dokonywanie zaokrąglenia wyniku opracowania danych wg. zasady jak poniżej:
  - przy wielkościach poniżej 100 000 egzemplarzy - do pełnych setek,
  - przy wielkościach powyżej 100 000 egzemplarzy - do pełnych tysięcy.

5.1 W przypadku Autoprezentacji i Prezentacji przy opracowywaniu danych różnych typów pism za odpowiadające sobie uznaje się następujące rubryki: średni nakład jednorazowy, suma rozpowszechniania płatnego razem z rozpowszechnianiem bezpłatnym - dla pism płatnych, rozpowszechnianie ogółem - dla pism płatnych branżowych i rozpowszechnianie bezpłatne ogółem - dla pism bezpłatnych.

## 6. Zasady Autoprezentacji

6.1 Przy Autoprezentacji należy przestrzegać łącznie poniższych zasad:

- a) dane muszą dotyczyć tego samego okresu rozpowszechniania, przy czym dopuszczalne jest wykorzystanie danych tytułów wprowadzonych/wycofanych w trakcie tego okresu pod warunkiem opisanego niepełnych okresów,
- b) dane własne oraz opracowane na ich podstawie nie mogą być zawyżone o więcej niż 3% w stosunku do danych ZKDP.

6.2 Przy Autoprezentacji dopuszczalne jest:

- a) wykorzystanie danych różniących się ze względu na typ pisma pod warunkiem stosowania wyłącznie następujących rubryk: nakład, suma rozpowszechniania płatnego razem z

- rozpowszechnianiem bezpłatnym - dla pism płatnych, rozpowszechnianie ogółem – dla pism płatnych branżowych i rozpowszechnianie bezpłatne ogółem – dla pism bezpłatnych a ponadto wskazania typów,
- b) wykorzystanie danych różniących się ze względu na częstotliwość pod warunkiem wskazania tych częstotliwości,
  - c) wykorzystanie danych różniących się ze względu na obszar dystrybucji pod warunkiem wskazania tych obszarów.
- 6.3 Przy Autoprezentacji zawierającej jednocześnie dane tytułów kontrolowanych i niekontrolowanych, poza zasadami określonymi w ust. 6.1 i 6.2, należy podać liczbę egzemplarzy tytułów kontrolowanych (np. *100 000 egz., w tym tytuły kontrolowane przez ZKDP - 50.352 egz.*) i opisać je zgodnie z zasadami ust. 4.2. W takim przypadku nie można posługiwać się znakiem (logo) ZKDP.
- 6.4 Przy Autoprezentacji zawierającej „dane szczegółowe” (odnoszące się do powiatów) należy przestrzegać zasad określonych w ust. 9.
- 6.5 Odpowiedzialność za wykorzystanie danych w Autoprezentacji ponosi członek Grupy, który się nimi posłużył.

## **7. Zasady Prezentacji**

- 7.1 Przy Prezentacji należy przestrzegać zasad określonych w ust. 6.1 i 6.2.
- 7.2 Odpowiedzialność za wykorzystanie danych w Prezentacji ponoszą wszyscy wydawcy, których ona dotyczy oraz członek ZKDP, który się nimi posłużył.

## **8. Zasady Porównania**

- 8.1 Przy Porównaniu należy przestrzegać łącznie poniższych zasad:

- a) dane muszą dotyczyć tego samego okresu rozpowszechniania, przy czym dopuszczalne jest wykorzystanie danych tytułów wprowadzonych/wycofanych w trakcie tego okresu pod warunkiem opisanie niepełnych okresów;
- b) dane muszą dotyczyć tego samego typu pisma (płatne, albo bezpłatne, albo branżowe), z wyłączeniem sytuacji o której mowa w ostatnim zdaniu par. 4 lit. f);
- c) dane muszą dotyczyć tych samych obszarów dystrybucji (tzn. można porównywać pisma ogólnopolskie z ogólnopolskimi, regionalne/lokalne z regionalnymi/lokalnymi rozpowszechnianymi na takim samym obszarze, regionalne/lokalne z ogólnopolskimi w części dotyczącej rozpowszechniania pism ogólnopolskich na obszarze dystrybucji porównywanych pism regionalnych/lokalnych, jak również można porównywać jeden tytuł z sumą tytułów, sumę tytułów z sumą tytułów).

- 8.2 Przy Porównaniu dopuszczalne jest wykorzystanie danych różniących się ze względu na częstotliwość pod warunkiem wskazania tych częstotliwości oraz posługiwania się:

- wyłącznie średnimi jednorazowymi (przez co rozumie się iloraz sumy egzemplarzy przez liczbę wydań w danym okresie) i
- porównania pojedynczych tytułów.

- 8.3 Przy Porównaniu nie można wykorzystywać danych z tabeli „Nakład i rozpowszechnianie w podziale na mutacje cenowe”.

9. Ponadto w Autoprezentacji można posługiwać się „danymi szczegółowymi” rozumianymi jako elementy składowe danych ZKDP (tzn. dane publikowane przez ZKDP są sumą „danych szczegółowych”) dotyczącymi nakładu i/lub rozpowszechniania płatnego razem (dla pism płatnych), rozpowszechniania ogółem (dla pism branżowych) oraz rozpowszechniania bezpłatnego ogółem (dla pism bezpłatnych), uwzględniając powiat jako podstawową jednostkę. Przy posługiwaniu się danymi szczegółowymi stosuje się odpowiednio zasady przewidziane dla danych własnych, a ponadto:

- a) przy posługiwaniu się „danymi szczegółowymi” wydawcy, dane muszą być wyraźnie oznaczone sformułowaniem "szczegółowe dane własne wydawcy”, wskazywać okres, którego dotyczą oraz używać terminologii (pojęć) stosowanej (-ych) w niniejszym regulaminie, tak aby dane te mogły następnie zostać zweryfikowane przez ZKDP,

- b) „dane szczegółowe” muszą dotyczyć wyłącznie kontrolowanych tytułów prasowych oraz wynikać z dokumentacji umożliwiającej weryfikację tych danych przez ZKDP,
  - c) „dane szczegółowe” wydawców nie mogą być porównywane, zarówno w formie graficznej, jak i słownej (opisowej) z żadnymi innymi danymi własnymi innego wydawcy członka ZKDP lub danymi ZKDP,
  - d) niedopuszczalne jest używanie znaku (logo) ZKDP ani w żaden inny sposób powoływanie się na ZKDP przy posługiwaniu się wyłącznie „danymi szczegółowymi”.
10. Informacja o nakładzie, drukowana na egzemplarzu, nie może różnić się więcej niż o 10% w stosunku do danych przekazanych w deklaracjach.
11. W sprawach nie określonych w ustępach poprzedzających niniejszego paragrafu oraz w sprawach wykładni zawartych w nich postanowień właściwy jest Zarząd. Zarząd podejmuje decyzje w drodze uchwał. Zarząd może podjąć uchwałę z własnej inicjatywy lub na wniosek członka ZKDP.
12. Związek udostępnia swoim członkom oprogramowanie do korzystania z danych ZKDP. Zasady korzystania z oprogramowania określa Zarząd w drodze uchwały.

### **Koszty kontroli**

#### **Par. 24**

1. Koszty kontroli, o której mowa w par. 4 lit. i) oraz par. 13 w zw. z par. 4 lit. h), par. 16 ust. 2, par. 15 lub par. 19 ust. 1 pokrywa w całości wydawca, przy czym w przypadku kontroli, o której mowa w par. 15 tylko wtedy, jeżeli w jej wyniku stwierdzono, że deklaracje, kontrola zwyczajna lub opublikowane dane były nierzetelne. W razie niepotwierdzenia się zarzutów, koszty kontroli pokrywa wnioskodawca.
2. W przypadku, gdy wydawca nie udostępni audytorowi dokumentacji w wyznaczonym w harmonogramie terminie lub nie ureguluje zapłaty za kontrolę w wyznaczonym terminie, zobowiązany będzie do zapłaty dodatkowych 20% pełnych kosztów kontroli.
3. W przypadku, gdy audytor z własnej winy nie przystąpi do kontroli w wyznaczonym w harmonogramie terminie lub nie dotrzyma terminu zakończenia audytu wydawcy przysługuje prawo do 20% zniżki liczonej od pełnych kosztów kontroli.

#### **Par. 25**

Na wniosek wydawcy kontrolowany tytuł prasowy wykreśla się z rejestru ZKDP. Wydawca traci wówczas prawo używania znaku (logo) ZKDP dla tego tytułu.

### **Załączniki**

#### **Par. 26**

Następujące załączniki stanowią integralną część niniejszego regulaminu:

- A-1. Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości nakładu i dystrybucji dla dzienników płatnych,
- A-1<sup>1</sup>. Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości nakładu i dystrybucji dla dzienników płatnych z uwzględnieniem geograficznej struktury rozpowszechniania w podziale na powiaty,
- A-2. Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości nakładu i dystrybucji dla tygodników, dwutygodników i pism ukazujących się dwa lub trzy razy w miesiącu (pisma płatne),
- A-2<sup>1</sup>. Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości nakładu i dystrybucji dla tygodników lokalnych (pisma płatne) z uwzględnieniem geograficznej struktury rozpowszechniania w podziale na powiaty,
- A-3. Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości nakładu i dystrybucji dla miesięczników i pism ukazujących się rzadziej niż raz w miesiącu (pisma płatne),
- B-1. Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości nakładu i dystrybucji dla dzienników bezpłatnych.
- B-2. Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości nakładu i dystrybucji dla tygodników, dwutygodników i pism ukazujących się dwa lub trzy razy w miesiącu (pisma bezpłatne),

- B-3. Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości nakładu i dystrybucji dla miesięczników i pism ukazujących się rzadziej niż raz w miesiącu (pisma bezpłatne),
- C-1. Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości nakładu i dystrybucji dla dzienników branżowych płatnych,
- C-2. Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości nakładu i dystrybucji dla tygodników, dwutygodników i pism ukazujących się dwa lub trzy razy w miesiącu (pisma branżowe płatne),
- C-3. Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości nakładu i dystrybucji dla miesięczników i pism ukazujących się rzadziej niż raz w miesiącu (pisma branżowe płatne),
- D-1. Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości nakładu i dystrybucji dla dzienników branżowych bezpłatnych,
- D-2. Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości nakładu i dystrybucji dla tygodników, dwutygodników i pism ukazujących się dwa lub trzy razy w miesiącu (pisma branżowe bezpłatne),
- D-3. Wzór formularza deklaracji wydawcy o wysokości nakładu i dystrybucji dla miesięczników i pism ukazujących się rzadziej niż raz w miesiącu (pisma branżowe bezpłatne),
- E. Zgłoszenie tytułu prasowego do rejestru ZKDP,
- F. Regulamin wyboru audytorów.